

# Le B.A.-BA d'une pharmacie en ligne

Vous souhaitez vous lancer sur Internet ? Deux solutions s'offrent à vous : utiliser les services d'un prestataire ou faire vous-même votre site à l'aide d'outils spécifiquement conçus pour vous guider dans cette entreprise.

## SOLLICITER UN PRESTATAIRE

L'avantage ? Un gain de temps car vous déléguez quasi entièrement la création de votre site.

Les éditeurs de logiciels spécialisés dans la création de sites offrent une solution clé en main. À vous de personnaliser le vôtre en choisissant votre habillage graphique parmi ceux proposés, en plaçant la photo de votre officine, en indiquant votre message d'accueil, vos horaires, vos spécialités, vos services. Le contenu est fourni par l'éditeur, via

## L'épineux dossier de la vente en ligne

Lors du dernier salon Pharmagora, Roselyne Bachelot avait ouvert la porte à la vente en ligne de médicaments par les officines, via un cadre juridique permettant aux officines françaises « de commercialiser les médicaments en libre accès adaptés à ce type de commerce à distance ». Il s'agissait dans l'esprit de la ministre d'offrir une alternative légale et sécurisée aux sites opérant depuis l'étranger. Cette annonce ayant suscité un tollé dans la profession – la Fédération s'est notamment élevée contre ce projet pour des raisons de santé publique, de contrefaçons, de monopole et de déséquilibre du réseau –, les tractations se sont recentrées depuis sur le contenu des sites adossés aux officines.

ses partenaires santé, mais vous pouvez aussi rédiger et mettre en ligne vos propres informations (actualités, fiches conseil, articles thématiques, etc.). La mise à jour du site s'effectue en ligne grâce à un espace sécurisé qui vous permet d'entrer dans les différentes pages.

### À qui s'adresser ?

Infoworks développe une solution spécifique exclusivement pour l'officine appelée Pharmadomicile. Les éditeurs de logiciels de gestion officinale proposent, de leur côté, des offres de services permettant de mettre son officine en ligne : Pharmattitude (chez Pharmagest) et PharmacieLine (chez Alliadis).

### Quel coût ?

Les prestations de ces sociétés sont fournies contre un abonnement mensuel. ■ **Pharmadomicile** : 19 € pour une simple présence de l'officine avec horaires, accès, services; 49 € avec la possibilité d'inclure des pages d'information et de communiquer avec les patients (avec envoi d'ordonnance via un espace sécurisé); 79 € si vous souhaitez faire, en plus, de la vente en ligne. 1290 € au minimum pour un site sur mesure, avec création d'une charte graphique, en plus de l'abonnement en fonction du coût de la solution choisie. Avantage du site : vous choisissez le nom de domaine (identifiant du site) et il est simple car il n'y a pas de nom de groupement ou société rattaché à l'adresse (ex. : [www.pharmacieterral.fr](http://www.pharmacieterral.fr)). Enfin, le pharmacien en est propriétaire.

- **Pharmattitude** : 50 € pour avoir un site vitrine et une boutique en ligne.
- **PharmacieLine** : 47 € pour un site vitrine. Ces tarifs comprennent l'hébergement, le référencement dans les moteurs de recherche, le système de messagerie, le contenu d'informations, le catalogue pour la vente en ligne, l'accès aux statistiques de consultation, la hot-line et l'évolution du logiciel.

Si vous êtes affilié à un **groupement** proposant ce type de service (Groupe PHR et sa web agency Référence Web, par exemple), vous pouvez lui confier la réalisation et la mise en ligne de votre officine virtuelle.

Enfin, vous pouvez aussi faire appel directement à une **agence spécialisée** dans la conception et la réalisation de sites Internet qui prendra en charge votre projet à partir d'un cahier des charges que vous lui fournirez. L'avantage : la possibilité d'acquérir un site personnel et original. Principal inconvénient : le coût, très

**Attention à la sécurité du site !**

- Un serveur sécurisé est indispensable pour garantir la confidentialité des échanges avec vos clients (garanti avec les éditeurs).
- Une solution de paiement sécurisé s'impose si vous mettez en ligne un site marchand (Paybox, Ogone, PayPal, systèmes proposés par les banques, etc.).



## TÉMOIGNAGE



**Pascal Parmentier, pharmacien à Compiègne (Oise)**

« J'apporte ma touche personnelle en complétant le contenu fourni par l'éditeur par des articles que je rédige moi-même sur des thématiques santé ou actualité. En développant sa présence sur Internet, on accroît sa visibilité et sa proximité avec ses clients. Pour le moment, les internautes sont encore peu nombreux à commander en ligne : ils font du repérage, comparent les prix et se déplacent plutôt à l'officine pour chercher le produit qui les intéresse. L'intérêt, c'est que cela nous permet de capter une nouvelle clientèle. »

© MAGUEL MEDINA

## Référencer son site soi-même auprès des moteurs de recherche risque d'être long et fastidieux.

## TÉMOIGNAGE



**Stéphane Terral, pharmacien à Mont-de-Marsan (Landes)**

« Aujourd'hui, avoir le site de son officine sur Internet est une nécessité, c'est comme les Pages jaunes, on ne peut pas ne pas y figurer ! On offre ainsi une autre vision de la pharmacie : les clients ignorent souvent tout ce que l'on propose – dépistage du diabète, de l'hypertension, de l'asthme, livraison, etc. –, car à l'officine, on communique souvent assez peu sur nos spécificités. Les patients peuvent aussi demander un conseil, réserver un produit, se faire préparer une ordonnance, dans une totale confidentialité. C'est un véritable atout pour certains patients, ceux sous traitement VIH par exemple. »

variable en fonction de la nature de votre projet, mais beaucoup plus élevé que les solutions clés en main, en raison du développement informatique à effectuer et du travail sur le design du site. La gestion du site, la mise à jour ou le référencement se paient également ! Certaines agences vendent des forfaits comprenant la conception/réalisation du site, l'achat du nom de domaine et l'hébergement.

## CRÉER SON SITE SOI-MÊME

Il existe des logiciels dont le but est de vous faciliter le travail : vous placez votre texte et vos images et le logiciel génère le code HTML correspondant en simultané (Dreamweaver, par exemple). Certains sont payants (à partir de 30 €), d'autres gratuits, à télécharger sur le Net. Autre possibilité : utiliser un modèle préconçu à adapter en ligne (**e-monsite.com**, **wmaker.net**, **websself.net** proposent ainsi des outils de création de sites en ligne). Si vous envisagez de vendre en ligne, il vous faudra choisir

un logiciel proposant la création d'un site marchand, avec modules de commande et de paiement. Côté hébergement, vous trouverez des hébergeurs gratuits (Ifrance, multania.fr, fournisseurs d'accès Internet comme Free, Orange, etc.) ou payants, à partir de 25 € par an (123-hebergement, OVH, planet-hebergement, etc.). Leur rôle : s'assurer que les pages de votre site sont accessibles en ligne. Tous les hébergeurs ne fournissant pas les mêmes prestations (espace disque, gestion du nom de domaine, envoi de mails depuis le site...), vous devrez choisir celui qui est le plus adapté à vos besoins. Quant au référencement du site, vous pouvez le faire vous-même chez chacun des moteurs de recherche (Google, par exemple) mais cela risque d'être long et fastidieux. Autre solution : utiliser des logiciels ou des agences qui le font pour vous (**referencement.01net.com**, **creatpro.fr**, **web-monster.fr**, etc., à partir de 100 €). À vous de jouer ! ■

Claire Grevot